DIPLOMADO - PASANTÍA CONVENIO FUNDACIÓN CARVAJAL
ANÁLISIS, DIAGNÓSTICO Y MEJORAMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MICROEMPRESAS ENSALADAS DE VERDURAS Y CREACIONES AZPIN

CONVENIO FUNDACIÓN CARVAJAL – UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE

CRISTIAM JAED ROLDAN TABORDA
CÓDIGO: 2040452

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2009

DIPLOMADO - PASANTÍA CONVENIO FUNDACIÓN CARVAJAL
ANÁLISIS, DIAGNÓSTICO Y MEJORAMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MICROEMPRESAS ENSALADAS DE VERDURAS Y CREACIONES AZPIN

CONVENIO FUNDACIÓN CARVAJAL – UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE

CRISTIAM JAED ROLDAN TABORDA
CÓDIGO: 2040452

Pasantía para optar al titulo de
Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales

Directora
MARÍA EUGENIA TORRES VALDIVIESO
Ingeniera Industrial

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2009

Nota de aceptación

Aprobado por el comité de grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales

MARÍA EUGENIA TORRES VALDIVIESO
Directora trabajo de grado

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, Junio de 2009

Dedico este logro a DIOS por las bendiciones recibidas

A mi familia por su incondicional apoyo, comprensión, cariño. Y por que gracias a ellos he logrado salir adelante con todos los retos que me coloca la vida

A mi hijo por que es el motor que mueve mi vida. Es la razón por la que no desfallezco y es el que me da fuerzas para levantarme día a día.

Cristiam Jaed

CONTENIDO

	pág.
RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
2. OBJETIVOS	14
2.1 OBJETIVO GENERAL	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
3. JUSTIFICACIÓN	15
4 MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	16
4.1 El trabajo del empresario	16
4.2 Proceso empresarial	16
4.2 MARCO CONTEXTUAL	17
5. METODOLOGÍA	20
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
5.2 DISEÑO METODOLÓGICO	20
6. CONTEXTO	21
7. DIAGNOTICOS INICIALES DE LAS MICROEMPRESAS	25
7.1 Creaciones AZPIN	25
7.1.1 Datos generales de la empresa	25
7.1.2 Resumen breve de cómo inicio el negocio	25
7.1.3 Perfil del empresario	25

7.1.4 Aspectos administrativos del negocio **26**

7.1.4.1 Misión y visión de la empresa **26**

7.1.4.2 Área administrativa y de personal **26**

7.1.4.3 Control de las actividades de la empresa. **26**

7.1.4.4 Organigrama **27**

7.1.5 Diagnostico área legal **27**

7.1.5.1 Estado legal de la empresa **27**

7.1.6 Diagnostico área de costos **28**

7.1.7 Diagnostico área contable y financiera. **30**

7.1.8 Diagnostico área de mercadeo **33**

7.1.8.1 Situación actual de la empresa **33**

7.1.8.2 Características del mercado **33**

7.1.9 Diagnostico área de producción **34**

7.2 ENSALADAS DE VERDURAS **35**

7.2.1 Datos generales de la empresa **35**

7.2.2 Resumen breve de cómo inicio el negocio **35**

7.2.3 Perfil del empresario **35**

7.2.4 Aspectos administrativos del negocio **36**

7.2.4.1 Área administrativa y de personal **36**

7.2.4.2 Misión y Visión de la empresa **36**

7.2.4.3 Control de las actividades de la empresa. **36**

7.2.4.4 Organigrama **36**

7.2.5.1 Estado legal de la empresa **33**

7.2.6 Diagnostico área de costos **37**

7.2.7 Diagnostico área contable y financiera. 39

7.2.8 Diagnostico área de mercadeo 41

7.2.8.1 Situación inicial de la empresa 41

7.2.8.2 Características del mercado 42

7.2.9 Diagnostico área de producción 42

8. PLANES DE MEJORAMIENTO ELABORADOS EN LAS ÁREAS CONTABLE, MERCADEO, LEGAL Y ADMINISTRATIVA DE LAS MICROEMPRESAS CREACIONES AZPIN Y ENSALADAS DE VERDURAS 44

8.1.9 CREACIONES AZPIN 44

8.1.1 Plan de mejoramiento área contable Creaciones AZPIN 44

8.1.1.1 Avances del plan de mejoramiento 44

8.1.2 Plan de mejoramiento área de mercadeo 48

8.1.2.1 Avances del plan de mejoramiento. 48

8.1.3 Plan de mejoramiento área Legal 51

8.1.3.1 Avances del plan de mejoramiento 51

8.1.4 Plan de mejoramiento área administrativa. 51

8.1.4.1 Avances del plan de mejoramiento 51

8.2 ENSALADAS DE VERDURAS. 52

8.2.1 Plan de mejoramiento área contable Ensaladas de Verduras. 52

8.2.1.1 Avances del plan de mejoramiento 52

8.2.3 Plan de mejoramiento área Legal 56

8.2.3.1 Avances del plan de mejoramiento 57

8.2.4 Plan de mejoramiento área administrativa. 57

8.2.4.1 Avances del plan de mejoramiento 57

7. CONCLUSIONES 59

8. RECOMENDACIONES 60

BIBLIOGRAFÍA 61

LISTA DE FOTOGRAFÍAS

	pág.
Fotografía 1 Empresaria Alejandra Pinzón - Creaciones AZPIN	**26**
Fotografía 2 Evento - Creaciones AZPIN	**50**
Fotografía 3 Tarjetas de presentación - Creaciones AZPIN	**50**
Fotografía 4 Productos - Creaciones AZPIN	**50**

LISTA DE TABLAS

pág.

Tabla 1 Información general Creaciones AZPIN 25

Tabla 2 Diagnóstico del área de costos - Creaciones AZPIN 28

Tabla 3 Costos fijos y gastos administrativos – Creaciones Azpin 29

Tabla 4 Ganancias o pérdidas por costos – Creaciones AZPIN 30

Tabla 5 Conocimientos contables de la empresaria – Creaciones AZPIN 30

Tabla 6 Balance General inicial - Creaciones AZPIN 31

Tabla 7 Análisis financiero - Creaciones AZPIN 32

Tabla 8 Evaluación de Producción de las 5S - Creaciones AZPIN 34

Tabla 9 Información general Ensaladas de Verduras 35

Tabla 10 Diagnóstico del área de costos - Ensalada de Verduras 37

Tabla 11 Costos fijos y gastos administrativos – Ensaladas de Verduras 38

Tabla 12 Ganancias o pérdidas por costos – Ensaladas de Verduras 39

Tabla 13 Conocimientos contables de la empresaria 39

Tabla 14 Balance General inicial - Ensaladas de Verduras 40

Tabla 15 Análisis financiero – Ensaladas de Verduras 41

Tabla 16 Evaluación de Producción 5S – Ensaladas de Verduras 43

Tabla 17 Margen de contribución – Creaciones AZPIN 45

Tabla 18 Cruce estudio de costos Vs Estado de resultados 45

Tabla 19 Análisis Financiero – Creaciones AZPIN **46**

Tabla 20 Estado de resultados – Creaciones AZPIN **47**

Tabla 21 Balance General Final – Creaciones AZPIN **48**

Tabla 22 Análisis DOFA – Creaciones AZPIN **51**

Tabla 23 Margen de contribución – Ensaladas de Verduras **53**

Tabla 24 Cruce estudio de costos Vs Estado de resultados **53**

Tabla 25 Análisis Financiero – Ensaladas de verduras. **54**

Tabla 26 Estado de resultados – Ensaladas de Verduras **55**

Tabla 27 Balance General Final – Ensaladas de Verduras **56**

Tabla 28 Análisis DOFA – Ensaladas de Verduras **58**

RESUMEN

Este proyecto se realizo con la finalidad de contribuir al desarrollo y proyección de las microempresas CREACIONES AZPIN Y ENSALADAS DE VERDURAS. Para ello se efectuó un proceso de análisis, diagnóstico y mejoramiento empresarial en el cual se identificaron las falencias en las diferentes áreas funcionales de dichas microempresas: el área contable, de mercadeo, legal y administrativa.

Utilizando la metodología diseñada por la Fundación Carvajal se realizaron las siguientes etapas.

En primera instancia se realizaron diagnósticos de la situación actual por cada una de las áreas mencionadas anteriormente, con lo que se pudo detectar los principales problemas y sus respectivas causas.

Como segunda medida se analizaron estos problemas específicos, se procedió a investigar y analizar cual o cuales eran las estrategias más adecuadas para resolver estos inconvenientes.

Como resultado final se logro diseñar un plan de mejoramiento que explica cada una de las estrategias resultantes del punto anterior, como se debe implementar, quienes son los responsables y que resultados se obtienen.

Además mediante la metodología utilizada por la FUNDACIÓN CARVAJAL se efectuó el diagnostico, se organizo la contabilidad, se establecieron procesos de mercadeo y los aspectos legales administrativos correspondientes a cada una de las microempresas. De esta forma se ayudo al desarrollo y proyección.

INTRODUCCIÓN

En un mundo tan competitivo y cambiante las empresas deben estar preparadas para afrontar las necesidades del mercado que cada vez es más exigente e informado, tratando siempre de cumplir o superar las expectativas de sus clientes.

Las microempresas presentan características muy similares como lo son la informalidad, deficiente organización, la falta de planeación entre muchos otros factores que desde diferentes puntos de vista son negativos.

Pero en las microempresas no todo es malo, también tienen factores muy positivos como por ejemplo: la rápida adaptación al cambio, las labores no son específicas, que todo el personal tiene la posibilidad de conocer todo el proceso desarrollado y practicarlo, el gerente de la empresa mantiene una comunicación directa con todo el personal sin importar el cargo, resultando todo lo anterior en una flexibilidad que hace de estas microempresas productivas y de fácil adaptabilidad a las difíciles situaciones que suceden en el mercado.

Es por esto que necesitan una guía, con el fin de organizar todas estas ventajas y hacer la microempresa más productiva. Es así que se presenta esta modalidad de pasantía ya que se aplicaran las teorías obtenidas en toda una carrera administrativa con la realidad, la experiencia y el conocimiento empírico que tienen los empresarios.

Demostrando finalmente como las microempresas son sumamente importantes para el desarrollo y progreso económico, del país.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Generalmente las microempresas presentan problemas basados en una poca organización, falta de misión y visión, carencia de establecimiento de objetivos y metas, falta de controles, deficiente manejo contable los cuales se derivan de no tener identificadas sus áreas principales, entre ellas se pueden destacar: El área contable, de personal, legal, administrativa y de mercadeo.

Además el empresario tiene un desconocimiento de la rentabilidad, productividad y crecimiento de su empresa.

Las empresas inscritas en este convenio de la Fundación Carvajal están ubicadas principalmente en barrios marginados de la ciudad de Cali, y cuentan con pocos recursos económicos para obtener una asesoría integral.

Sin embargo, los empresarios son personas emprendedoras, con alta creatividad y con deseos de superación.

Por todo lo anterior y teniendo en cuenta la importancia de las microempresas en la economía, la Universidad autónoma de occidente ha realizado un convenio con la Fundación Carvajal para reafirmar su compromiso social y así ayudar al crecimiento de la microempresa.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo el diseño e implementación de estrategias para las empresas Creaciones AZPIN y Ensaladas de Verduras Contribuye con el mejoramiento de las áreas administrativa, legal, producción, mercadeo, contable y financiera?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar estrategias de mejoramiento en las áreas administrativa, legal, producción, mercadeo, contable y financiera para las microempresas, CREACIONES AZPIN, y ENSALADAS DE VERDURAS.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2.2.1 Realizar el diagnostico de las áreas administrativas en las empresas CREACIONES AZPIN Y ENSALADAS DE VERDURAS.

2.2.2 Elaborar el plan de mejoramiento de las áreas contable, mercadeo, legal y administrativa en las microempresas CREACIONES AZPIN Y ENSALADAS DE VERDURAS.

3. JUSTIFICACIÓN

A través del convenio que tiene la Fundación Carvajal con la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE, se les brindara a las microempresas: CREACIONES AZPIN, y ENSALADAS DE VERDURAS, un plan de mejoramiento y con esto la oportunidad de identificar, y tomar decisiones acertadas sobre problemas específicos de cada una de sus áreas. Además les permite conocer sus costos reales, su utilidad, su competencia. Para así poder implementar estrategias que permitan a la empresa tener un crecimiento tanto en la parte económica, como en el poder generar en un futuro una fuente de empleo en la comunidad conllevando esto a un crecimiento social, disminuyendo así algunos de los problemas que aquejan a esta población.

Promover el desarrollo integral de las microempresas teniendo en cuenta su importancia en la economía y así contribuir a la sociedad mediante la generación de empleo para lograr aprovechar los pequeños capitales de las empresas.

Para el estudiante que realizará la pasantía institucional, permitirá la aplicación de los conocimientos adquiridos a través de toda la carrera y así optar el titulo de profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales.

4. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.

4.1 EL TRABAJO DEL EMPRESARIO

Peter F. Drucker[1] en 1964 dijo: *"el trabajo del empresario es la maximización de oportunidades y, por lo tanto, su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas (eficacia) que es la labor fundamental de los gerentes, y que se deben concentrar los recursos y los esfuerzos más en esas oportunidades empresariales que en los problemas gerenciales".*

William Baumol[2] en 1968 consideró que *"el trabajo del empresario es identificar nuevas ideas y ponerlas en marcha. Es la persona que lidera y es fuente de inspiración en el desarrollo de una nueva empresa".*

Jhon Hornaday y John Aboud[3] en 1971 definen el empresario exitoso como *"el hombre o la mujer que empieza un negocio donde antes no existía y lo desarrolla de acuerdo a las necesidades observadas dentro de una comunidad".*

4.2 PROCESO EMPRESARIAL

La teoría de Timmons[4] dice que el espíritu empresarial es un evento creativo, casi artístico e improvisado. La urgencia está siempre a mano, una oportunidad que no

---

[1] DRUCKER P. F. Managing for results. Harper and row. New York, 1964. citado por: VARELA Rodrigo. Innovación Empresarial [en línea] arte y ciencia en la creación de empresas. New York: Book Google, 2009 [consultado 21 de Marzo de 2009]. Disponible en internet: http:books.google.com.co/books?id=RQ_4NcwhagQC&pg=PT80&lpg=PT80&dq=el+trabajo+del+emrpresario+es+identificar+nuevas+ideas+y+ponerla+en+marcha.+Es+la+persona+que+lidera+y+es+fuente+de+inspiraci%C3%B3n+en+el+desarrollo+de+una+nueva+empresa&source=bl&ots=RQUJ8jx_MV&sig=WEaJMSDrkwv_b7UzRrtoGpZ1-Uw&hl=es&ei=4uvBSciiOon8yAXF5PsVCw&sa=X&oi=book_result&resnum=1&ctresult#PPT10,M1

[2] BAUMOL, William. Entrepreneurship in economic theory. American Economic Review. May 1968. citado por: VARELA Rodrigo. Innovación Empresarial [en línea] arte y ciencia en la creación de empresas. New York: Book Google, 2009 [consultado 21 de Marzo de 2009]. Disponible en internet: http://books.google.com.co/books?id=RQ_4NcwhagQC&printsec=frontcover&dq=Varela+Rodrigo&ei=S0EvSuuZAp7CzQTtzdyzBw#PPT6,M1

[3] HORNADAZA, J.A. y ABOUD, J. Characteristics of successful entrepreneurs. Personnel Psychology, 1971. citado por: VARELA Rodrigo. Innovación Empresarial [en línea] arte y ciencia en la creación de empresas. New York: Book Google, 2009 [consultado 21 de Marzo de 2009]. Disponible en internet: http://books.google.com.co/books?id=RQ_4NcwhagQC&printsec=frontcover&dq=Varela+Rodrigo&ei=S0EvSuuZAp7CzQTtzdyzBw#PPT7,M1

[4] Ibid., Disponible en Internet: http:books.google.com.co/books?id=RQ_4NcwhagQC&pg=PT80&lpg=PT80&dq=el+trabajo+del+e

parece tener mucho potencial a veces es una gran oportunidad; para poder ganar, a veces hay que primero perder; para que la creatividad y la innovación prosperen, es necesario que el proceso esté acompañado de rigor y disciplina. La oportunidad es el corazón del proceso. Una buena idea es muy diferente de una buena oportunidad.

La teoría o modelo de Gibbs[5] explica el componente motivación y determinación; refleja todo el conjunto de los factores culturales que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa. El componente idea y mercado refleja la factibilidad real de la oportunidad de negocio. El componente recurso, igual que en todos los modelos, es la variable económica del proceso y representa la identificación y consecución de todos los recursos que la empresa requiera. El componente habilidades expresa todos los conocimientos, experiencias y competencias que el empresario requiere para poder liderar exitosamente su negocio.

4.2.1 Diagnostico: recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.[6] El diagnostico es el primer paso para realizar el plan de acción.

4.2.2 Balance General: Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.[7] El balance es una herramienta muy útil para el diagnostico contable de la empresa.

4.2.3 Plan de marketing: Es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa (por ejemplo, el plan de producción o el financiero); asigna

---

mrpresario+es+identificar+nuevas+ideas+y+ponerla+en+marcha.+Es+la+persona+que+lidera+y+es+fuente+de+inspiraci%C3%B3n+en+el+desarrollo+de+una+nueva+empresa&source=bl&ots=RQUJ8jx_MV&sig=WEaJMSDrkwv_b7UzRrtoGpZ1-Uw&hl=es&ei=4uvBSciiOon8yAXF5PsVCw&sa=X&oi=book_result&resnum=1&ctresult#PPT10,M1

[5] Ibid., Disponible en Internet: http:books.google.com.co/books?id=RQ_4NcwhagQC&pg=PT80&lpg=PT80&dq=el+trabajo+del+emrpresario+es+identificar+nuevas+ideas+y+ponerla+en+marcha.+Es+la+persona+que+lidera+y+es+fuente+de+inspiraci%C3%B3n+en+el+desarrollo+de+una+nueva+empresa&source=bl&ots=RQUJ8jx_MV&sig=WEaJMSDrkwv_b7UzRrtoGpZ1-Uw&hl=es&ei=4uvBSciiOon8yAXF5PsVCw&sa=X&oi=book_result&resnum=1&ctresult#PPT10,M1

[6] DEFINICION.DE, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://definicion.de/diagnostico/

[7] INFOMIPYME.COM, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/IRIS/analisisfinanciero.htm#_Toc55612711

responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación.[8]

En un escenario cada vez más competitivo hay menos espacio para el error y la falta de previsión. Por ello el Plan de Marketing se convierte en un poderoso instrumento de gestión para la empresa.

4.2.4 Estrategia: Es camino que la empresa debe recorrer para alcanzar sus objetivos. Toda estrategia es básicamente estrategia competitiva.[9] Las estrategias son las que solucionaran los problemas diagnosticados en cada una de las áreas.

4.2.5 Análisis DOFA: Consiste en evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con el ambiente interno de la empresa y las oportunidades y amenazas que se refieren al micro y macro ambiente de la compañía.

Este instrumento permite representar en términos operativos un cuadro de situación que distingue entre lo exterior e interior de la empresa. Se definen las fortalezas y debilidades que surgen de la evaluación interna de la compañía, y las oportunidades y amenazas que provienen del escenario.

Lo importante es poder percibir de qué manera el contexto ejerce algún impacto sobre la empresa, cómo controlarlos, y tratar de convertir las debilidades y las amenazas en fortalezas y oportunidades respectivamente o por lo menos neutralizarlas.[10]

4.2.6 Plaza: Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en o referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos. [11]

---

[8] MONOGRAFÍAS.COM, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml
[9] INFOMIPYME.COM, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/inicioempresa/plandenegocio.htm
[10] INFOMIPYME.COM, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/marketing.htm#_Toc55619300
[11] MONOGRAFIAS.COM, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://www.monografias.com/trabajos6/mase/mase.shtml#produ

4.2.7 Plan de Acción: Un plan de acción es un tipo de plan que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto.

Dentro de una empresa, un plan de acción puede involucrar a distintos departamentos y áreas. El plan establece quiénes serán los responsables que se encargarán de su cumplimiento en tiempo y forma. Por lo general, también incluye algún mecanismo o método de seguimiento y control, para que estos responsables puedan analizar si las acciones siguen el camino correcto. El plan de acción propone una forma de alcanzar los objetivos estratégicos que ya fueron establecidos con anterioridad. Supone el paso previo a la ejecución efectiva de una idea o propuesta.[12]

[12] DEFINICION.DE, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://definicion.de/plan-de-accion/

5. METODOLOGIA

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.[13] Se utilizará Porque en ella se exponen todos los aspectos de la creación de la empresa y cómo ha evolucionado hasta el momento.

También la investigación es de tipo exploratorio, ya que se conoce acerca de la creación y mejoramiento de microempresas. Igualmente, se cuenta con el conocimiento directo de los empresarios que son los creadores de estos negocios y ayudaran al desarrollo del proyecto ya que ellos con su experiencia saben empíricamente lo que funciona y lo que no para su negocio.

5.2 DISEÑO METODOLÓGICO:

Para el desarrollo del proyecto de Investigación se plantearon los siguientes pasos:

5.2.1 Diagnostico de las áreas funcionales de las microempresas. A través del formato diseñado por la Fundación Carvajal como herramienta para diagnostico de microempresas y tiendas se identifica el estado actual en las áreas contable, mercadeo, legal y administrativa en las empresas creaciones azpin y ensaladas de verduras

5.2.2 Elaborar el plan de mejoramiento de las áreas contable, mercadeo, legal y administrativa en las empresas creaciones azpin y ensaladas de verduras:

---

13 SÍNTESIS DE, "Estrategia de la investigación descriptiva" en Manual de técnica de la investigación educacional de Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer.

Se elaboraran estrategias para dar la mejor solución a cada uno de los problemas detectados en los diagnósticos realizados en las áreas funcionales de las microempresas.

5.2.3 Ejecutar o implementar el plan de acción propuesto: Se llevaran a cabo la implementación de las estrategias teniendo en cuenta las limitaciones económicas y tiempo que se tienen en las empresas.

6. CONTEXTO

Las dos microempresas a las que se les realizara el plan de mejoramiento este proyecto están ubicadas así:

ENSALADA DE VERDURAS: en el barrio ciudad Córdoba ubicado en la comuna 15 de la ciudad de la ciudad de Cali

CREACIONES AZPIN: en el barrio Alfonso López ubicado en la comuna 7 de la ciudad de la ciudad de Cali

6.1 INFORMACIÓN DE LOS BARRIOS

6.1.1 Alfonso López III Etapa. El 28 de Junio de 1.961 se protocoliza la compra de la III etapa del Barrio Alfonso López, al señor Luis Horacio Gómez, por un valor de $3.1.44.990, 15 Ctvos; se asignaron 1.994 lotes, con una cuota inicial de $300.oo y cuotas mensuales de $40.oo

Los adjudicatarios de esta tercer etapa contaban con una mejor situación económica que los de las etapas iníciales y esto se manifestó en la construcción de las viviendas, que de lleno se realizaron en concreto y en ladrillo y algunos hasta de dos pisos.

Cuenta el Barrio con 3 escuelas primarias: La Eloy Valenzuela, la Carlos Villafañe, la Rafael Pombo y el Colegio de bachillerato Vicente Borrero Costa.

Pero sin lugar a dudas uno de los Centro Educativos más importantes para los habitantes de este sector es el CENTRO DE CAPACITACIÓN DE ADULTOS ALFONSO LÓPEZ PUMAREJO, que inicia sus labores con el nombre de Centro Nocturno Juan Francisco Berbeo, el 1o. de Marzo de 1.964, en la Escuela Rafael Pombo, la cual cedía sus instalaciones en las horas de la noche. Este centro se crea con el objetivo de brindar capacitación en diversas áreas a los adultos que por diferentes circunstancias no habían accedido a la educación formal. A finales del mismo año su nombre es cambiado por el de CENTRO PILOTO DE ALFABETIZACION ALFONSO LÓPEZ PUMAREJO.

Esta experiencia de educación de adultos, motiva a algunos líderes como la señora Gilma García de Adames y Aída Zamorano a presentar al gobierno Alemán el proyecto de construcción del Centro de Capacitación, sus gestiones tienen respuestas positivas por parte de Alemania, pero exigen que Colombia aporte el local y el pago de los docentes; mientras que ellos prestarían la ayuda técnica y la dotación requerida.

La Central Provivienda dona el lote, ubicado en la calle 72 Cra. 7S y el gobernador del Valle Dr. Marino Rengifo Salcedo, aprueba las partidas para la construcción del Centro.

En Diciembre de 1972, el presidente Misael Pastrana inaugura oficialmente el CENTRO DE CAPACITACION DE ADULTOS ALFONSO LÓPEZ PUMAREJO, que tiene como objetivo brindar educación básica de 9 años a obreros y campesinos.

En la actualidad se conoce como: INSTITUTO DE EDUCACIÓN INTEGRAL DE JOVENES Y ADULTOS ALFONSO LÓPEZ PUMAREJO.[14]

6.1.2 Ciudad Córdoba. El barrio Ciudad Córdoba fue construido inicialmente por la firma "Coprecali" y posteriormente por la Constructora Limonar, bajo la dirección del ingeniero Alfonso Córdoba Chávez, cuyo padre era el propietario, donde se construye el barrio, cuyos inicios se dan en el año de 1.982. Se comienza con la construcción de la primera etapa desde la carrera 49 con calle 50 y con la del polideportivo hasta la carrera 47; posteriormente en 1.984 se dio inicio a la construcción de la segunda etapa o casas rosadas, a la vez se obtuvo la zona de recreación, la cual constaba de una cancha de microfútbol en tierra y juegos infantiles. Se destacaban estos sectores porque cada una de sus cuadras tenía su vigilancia.

En ese entonces, Ciudad Córdoba tenia una sola entrada por la carrera 50, en la cual había un reten en guadua, a la vez separada del barrio Mariano Ramos por un muro de ladrillo, después de aproximadamente tres años este muro fue derribado por el barrio; los buses no ingresaban, los jeeps y carros particulares eran los únicos que prestaban el servicio de transporte. Posteriormente se da la construcción de la tercera etapa, la cual finalizaba en la carrera 46, donde hoy esta el cubo rojo, después estos sectores se unificaron, quedando únicamente la primera etapa, en ese tiempo empezaron a ingresar dos rutas de buses (Gris Roja y Verde San Fernando), igualmente empieza a entrar el carro de la basura. Luego se inicia la construcción de la cuarta etapa, el polideportivo dos hasta donde hoy se encuentra la Constructora Limonar, posteriormente fue urbanizado la quinta etapa con su polideportivo tres.

---

[14] CALI.GOV.CO, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en http://74.125.47.132/search?q=cache:JRX4vnnznR0J:planeacion.cali.gov.co/PlanDesarrollo/Planes_Territoriales/PERIODO%25202001-2003/COMUNA%252015.doc+cali+comuna+15&cd=1&hl=es&ct=clnk

Luego fueron loteados unos terrenos por la carrera 42 A con calle 51, con su respectivo, acueducto, alcantarillado, energía y pavimentación, fueron construidas casas de la carrera 50 a la carrera 46 entre calles 51 y 54.

Posteriormente fueron loteados los terrenos del sector IB, con vías pavimentadas, acueducto alcantarillado y energía, luego se dio a la construcción de la etapa II B, en el sector comprendido entre las carreras 46 a 42A, calles 51 a 54.

Ciudad Córdoba es uno de los barrios con mayores zonas verdes, hoy cuenta con colegios, centros educativos, escuelas deportivas, hogares de Bienestar Familiar, grupos de la Tercera Edad, de teatro, etc., antena parabólica comunal, la iglesia católica ubicada en la esquina de la carrera 42 B con calle 51 y también varios salones para recicladores, lugar conocido como la cooperativa "Nuevas Luces", situado en la Ciudad Córdoba II (casas rosadas), donde se llevan a cabo diferentes programas de capacitación y se atiende en guardería a los hijos de los recicladores.

Después de siete años de fundado el barrio se instalan los primeros teléfonos públicos, hoy se goza del servicio telefónico residencial en casi todas las casas; el caño de la calle 48 en un tramo de aproximadamente 360 metros fue entamborado en el año de 1.992.

Hoy se cuenta con nuevos medios de transporte como buses y colectivos en diferentes rutas.

Ciudad Córdoba I conforma su Junta de Acción Comunal en el año de 1.996, iniciando el liderazgo comunitario y con la ejecución de obras en procura del mejoramiento del polideportivo; en la actualidad el barrio cuenta con cinco Juntas de Acción Comunal constituidas y otras en proceso de organización. [15]

---

15 CALI.GOV.CO, [En línea] consultado el lunes 13 de abril de 2009 disponible en internet en

http://74.125.47.132/search?q=cache:Pv_m7WIQmsgJ:planeacion.cali.gov.co/PlanDesarrollo/Planes_Territoriales/PERIODO%25202001-2003/COMUNA%252007.dot+comuna+7+cali+historia&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&client=firefox-a

7 DIAGNOSTICO DE LAS ÁREAS FUNCIONALES DE LAS MICROEMPRESAS

En esta etapa del desarrollo del proyecto se evaluó la situación de las áreas funcionales de las microempresas asignadas por la fundación Carvajal. Las áreas estudiadas fueron: administrativa, legal, costos, contable, mercadeo y producción.

7.1 CREACIONES AZPIN

7.1.1 Datos generales de la empresa

Tabla 1. Información general Creaciones AZPIN

Creaciones AZPIN	
Razón social	Creaciones AZPIN
Actividad económica	Comercialización de ropa para mascotas
Dirección comercial	Carrera 7R 73 – 109
Barrio	Alfonso López 3ra etapa
Teléfono	317 404 3773
Representante legal	Alejandra Pinzón Azcarate
Numero de empleados	Tres

7.1.2 Resumen breve de cómo inicio el negocio. La señora Alejandra Pinzón Azcarate, amante de las mascotas compra un vestido para uno de sus perros y la talla no le quedo, entonces su señora madre se lo con conocimientos en confección le arreglo a medida el vestido a la mascota y de hay surge la idea de crear esta empresa de ropa para mascotas.

7.1.3 Perfil del empresario. Alejandra Pinzón Azcarate, es una persona muy inteligente, positiva, proactiva con deseos de trabajar y muy recursiva, tiene buena relación con su familia y esto es de gran importancia ya q los empleados de la empresa son su madre y la mayor de sus dos hijas.

La empresaria además de dirigir el negocio cursa actualmente estudios de contabilidad y los conocimientos adquiridos son aplicados en la empresa, permitiendo así tener una notable organización en cuanto a los ingresos y gastos de la misma.

Fotografía 1. Empresaria Alejandra Pinzón - Creaciones AZPIN

7.1.4 Aspectos administrativos del negocio

7.1.4.1 Área administrativa y de personal. La empresa cuenta con 3 empleados pero no se tenía un sueldo asignado para ninguno. En el transcurso de esta asesoría fue asignado un salario para cada uno y además estos serán considerados dentro de los gastos administrativos**.**

- **Misión y visión de la empresa**

- ***Misión***

En creaciones AZPIN satisfacemos las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo cada uno de nuestros productos con calidad, a la moda y con precios competitivos.

- ***Visión***

Para el año 2012 ser reconocidos como la marca líder en el mercado local en cuanto a vestuario para mascotas se refiere. Siempre satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con productos de calidad y moda.

7.1.4.3 Control de las actividades de la empresa. El control de las actividades del negocio es realizado por la propietaria de la siguiente forma:

- Muestras: la madre de la empresaria es la encargada de hacer las muestras de los productos.

- Proceso de venta: la empresaria visita a los clientes en el horario diurno y toma los pedidos de los productos.

- Producción: la producción de las prendas es realizada bajo el proceso de maquila por los beneficios económicos y legales que representa esta modalidad para la empresa

- Entrega: la empresaria entrega el pedido personalmente y se encarga del proceso de cobro.

7.1.4.4 Organigrama. Creaciones AZPIN no cuenta con un organigrama. Al analizar la estructura del negocio se considera que no es necesario diseñarlo, ya que todos los empleados tienen sus funciones identificadas dentro de la cadena productiva pero no están bajo supervisión ni se considera puestos o rangos en la empresa.

7.1.5 Diagnostico área legal.

7.1.5.1 Estado legal de la empresa. La empresa no se encuentra legalmente constituida, la empresaria tiene RUT y se esta adelantando el proceso de legalización de la empresa. Se le recomienda a la empresaria iniciar en el régimen simplificado por el tipo y tamaño de la empresa y por los beneficios que obtienen las empresas del régimen simplificado como lo es el no cobro del IVA. Por ultimo dependiendo del crecimiento de la empresa se pretende registrar la marca.

7.1.6 Diagnostico área de costos

Tabla 2 Diagnóstico del área de costos - Creaciones AZPIN

Acción	Si	No
Definir los costos y gastos administrativos	x	
Definir y calcular los costos variables		X
Definir y calcular el margen de contribución		X
Definir y calcular la depreciación		X
Definir y calcular las obligaciones laborales		X
Definir y calcular el punto de equilibrio		X
Elaborar los inventarios de la empresa	x	

En el anterior cuadro podemos observar que se le realizaron varias preguntas acerca del área de costo a la empresaria con la finalidad de definir que aplicaba en la empresa. La empresaria si conoce todos estos conceptos pero no los aplica en su totalidad, por lo tanto se brindo una capacitación en el manejo de la plantilla diseñada por la fundación Carvajal para que el empresario pueda calcular los anteriores ítems

Tabla3. Costos fijos y gastos administrativos – Creaciones Azpin

	FECHA	27-Mar-09
COSTOS FIJOS		
SUELDOS FIJOS DE PRODUCCION		
PRESTACIONES SOCIALES		
APORTES PARAFISCALES		
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	$ 5.417	1,2%
DEPRECIACION LOCALES		
ARRENDAMIENTO	$ 50.000	10,7%
SERVICIOS PUBLICOS	$ 30.000	6,4%
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	$ 20.000	4,3%
TRANSPORTE DE PRODUCCION	$ 60.000	12,8%
INSUMOS Y OTROS		
TOTAL COSTOS FIJOS	$ 165.417	35,3%

SUELDOS DE ADMINISTRACION	$ 300.000	64,1%
PRESTACIONES SOCIALES		
APORTES PARAFISCALES		
SUELDO EMPRESARIO		
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		0,1%
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO		
DEPRECIACION VEHICULOS		
TRANSPORTE ADMINISTRATIVO		
GASTOS DE PAPELERIA		
GASTOS DE PROPAGANDA		
MANTENIMIENTO VEHICULO		
ARRENDAMIENTO OFICINA O LOCAL		
SERVICIOS PUBLICOS OFICINA O LOCAL		
TELEFONO, INTERNET		
CELULAR		
GASTOS FINANCIEROS		
CAFETERIA		
ASEO	$ 2.000	0,4%
IMPUESTOS		
VIGILANCIA		
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	$ 302.583	64,7%

Sueldo del
Inicio
Punto de equilibrio

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	$ 468.000

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

Como podemos observar en el anterior cuadro el costo mas representativo son los transportes que corresponden a $60.000 los otros gastos son bajos ya que el negocio esta en la misma vivienda y solo ocupa un espacio los valores son lo que se paga como ayuda del arrendo, servicios etc. y el gasto mas alto son los sueldos de administración que sale de multiplicar $100.000 x (3 empleados) = $ 300.000

Punto de equilibrio: $ 620.500

Conocido el margen de contribución, los costos y gastos fijos. El punto de equilibrio de la empresa es tener ventas mínimas mensuales en promedio de $620.500, lo cual le permite a la empresaria llevar un mejor control de los ingresos.

Tabla 4 Ganancias o pérdidas por costos – Creaciones AZPIN

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	$ 1.047.625
COSTOS VARIABLES (-)	24%	$ 256.169
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	76%	$ 791.456
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	45%	$ 468.000
UTILIDAD	31%	$ 323.456

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

En el anterior cuadro podemos observar que los costos variables es el rubro mas representativo con un 76% es el margen de contribución y el menos representativo es la utilidad con un 31%.

7.1.7 Diagnostico área contable y financiera. La empresaria ya que actualmente cursa estudios de contabilidad por consiguiente tiene muy buenas bases, además tiene computador en su casa por lo que maneja en Excel las compras y ventas de la empresa.

Tabla 5 Conocimientos contables de la empresaria – Creaciones AZPIN

Acción	Si	No
Llevar las cuentas de la empresa	X	
Elaborar el balance general de la empresa		X
Elaborar los estados de resultados de la empresa		X
Calcular los índices financieros		X

La empresaria no utiliza los balances ni el estado de resultado por lo que se educo acerca del manejo de la plantilla diseñada por la fundación Carvajal y ahora la empresaria domina esta herramienta para el manejo de la contabilidad.

Tabla 6. Balance General inicial - Creaciones AZPIN

Fundación Carvajal
Abriéndole caminos a la equidad

BALANCE GENERAL INICIAL

NOMBRE DE LA EMPRESA				FECHA:	02-Abr-08		
ACTIVOS				**PASIVOS**			
ACTIVOS CORRIENTES				**PASIVOS CORRIENTES**			
CAJA		$ 30.000	3%	SOBREGIROS BANCARIOS			0%
BANCOS		$ 0	0%	OBLIGACIONES BANCARIAS	$ 550.000		96%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		$ 452.250	39%	PROVEEDORES	$ 0	0	0%
OTRAS CUENTAS POR COBRAR		$ 0	0%	ANTICIPOS RECIBIDOS	$ 20.000	0	4%
INVENTARIO MATERIA PRIMA		$ 325.535	28%	OTRAS OBLIGACIONES	$ 0		0%
INVENTARIO PRODUCTO EN PROCESO		$ 0	0%	PRESTACIONES SOCIALES	$ 0	0	0%
INVENTARIO PRODUCTO TERMINADO		$ 351.794	30%	IMPUESTOS POR PAGAR			0%
INVENTARIO DE MERCANCIA		$ 0					
OTROS (cadena)			0%				0%
			0%				0%
A. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		A	$ 1.159.579	62%	**D. TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	$ 570.000	0	100%
ACTIVOS FIJOS				**PASIVOS A LARGO PLAZO**			
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 650.000		90%	OBLIGACIONES BANCARIAS			
DEPRECIACION			0%	CUENTAS POR PAGAR			
VALOR NETO MAQUINARIA Y EQUIPO		1, $ 650.000	90%				
MUEBLES Y ENSERES	$ 70.000		10%	**E. TOTAL PASIVOS A LARGO PL.**	$ 0		0%
DEPRECIACION			0%				
VALOR NETO MUEBLES Y ENSERES		2 $ 70.000	10%	**TOTAL PASIVOS**	E+F =G	$ 570.000	$ 0
EQUIPO DE COMPUTO	$ 0		0%				
DEPRECIACION			0%				
VALOR NETO EQUIPO DE COMPUTO		3 $ 0	0%				
VEHICULO	$ 0		0%				
DEPRECIACION			0%	**PATRIMONIO**			
VALOR NETO VEHICULOS		4 $ 0	0%				
CONSTRUCCIONES	$ 0		0%	CAPITAL			0%
DEPRECIACION			0%	UTILIDADES ACUMULADAS	$ 1.309.579		100%
VALOR NETO CONSTRUCCIONES		5, $ 0	0%	UTILIDADES DEL PERIODO			0%
TERRENOS		6	0%				
B.TOTAL ACTIVOS FIJOS		(1+2+3+4+5+6) B	$ 720.000	38%	**TOTAL PATRIMONIO**	D - G =H	$ 1.309.579	70%
OTROS ACTIVOS							
PAGOS POR ANTICIPADO							
OTROS							
C.TOTAL OTROS ACTIVOS		C	$ 0	0%	**TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO**	G+H = I	$ 1.879.579	100%
TOTAL ACTIVOS		A+B+C =D	$ 1.879.579	100%				

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

El rubro mas importante en los activos es la maquinaria por valor de 650.000 esto se debe a que en un comienzo la producción era realizada en la empresa, otro aspecto importante son las cuentas por cobrar a clientes por un valor de 452.250 cabe aclarar que esta cartera será recaudada en un máximo de 30 días. En el pasivo las obligaciones financieras por valor de 550.000 y en el patrimonio las utilidades acumuladas por valor de 1´309.579.

Tabla 7. Análisis financiero - Creaciones AZPIN

LIQUIDEZ CORRIENTE	$ 2,03
PRUEBA DE FUEGO	$ 0,85
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	30%
RAZON DE AUTONOMIA	70%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	30%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	16%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	24%
CAPITAL DE TRABAJO	$ 589.579

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

- Liquidez: la empresa tiene como pagar sus deudas a corto plazo.
- Prueba de Fuego: por cada peso que adeuda la empresa esta tiene 0.85 pesos para pagar. Esta bien ya q la empresaria reinvierte en el negocio constantemente.
- Razón de Endeudamiento: la empresa debe el $30 por cada $100 de sus activos.
- Razón de Autonomía: 70% la empresa cuenta con capital para seguir en funcionamiento.
- Rentabilidad sobre Ventas: la empresa por cada $100 en ventas genera $31 de ganancia.
- Rentabilidad sobre Activos: la empresa por cada $100 del total de los activos que posee capitaliza $17
- Rentabilidad sobre Patrimonio: la empresa por cada $100 del total de su patrimonio produce $17
- Capital de trabajo: la empresa requiere $589.579 mensual para poder funcionar.

7.1.8 Diagnostico área de mercadeo.

7.1.8.1 Situación Inicial de la empresa. La empresa realizaba un trabajo de mercadeo basado en:

- Buena atención al cliente.
- Precios altamente competitivos
- Venta en frio
- Buena calidad en los productos

Se pudo observar que existía

- Poco tiempo dedicado a las ventas
- Ausencia de portafolio de servicio
- Paca publicidad y promoción
- Clientes definidos

7.1.8.2 Características del mercado.

- Descripción de los clientes: Tiene 2 tipos de clientes. En primera instancia son las personas naturales de diferentes estratos socioeconómicos que tienen mascotas. Y como segunda medida y hacia el segmento que tiene dirigida su atención en el momento es el mercado corporativo de empresas veterinarias.

- Políticas de venta: la empresaria tiene como política no dar crédito si embargo el crédito es otorgado a los clientes más antiguos y con un buen comportamiento en las compras. Por otro lado en la primera compra siempre se obsequia una camisa deportiva para perro talla xs.

- Políticas de servicio al cliente: los clientes son atendidos directamente por la empresaria con la finalidad de ofrecer siempre una atención integral.

- Análisis de la competencia: su principal competencia esta ubicada en la ciudad de Palmira. Tiene precios mas altos y telas infantiles llamativas, sin embargo el servicio al cliente es deficiente.

- Promoción: no se manejan promociones

- Publicidad: maneja publicidad básica: tarjetas de presentación, pendón en el exterior del negocio, publicidad en el empaque y marquillas.

7.1.9 Diagnostico área de producción. La empresa no cuenta con área de producción de producto sin embargo se implemento la metodología de las 5S para evaluar la empresa Creaciones AZPIN.

Tabla 8. Evaluación de Producción por medio de las 5S - Creaciones AZPIN

Proceso	Tareas	Clasificación Siendo 1 el mas bajo y 5 el mas alto				
		1	2	3	4	5
Clasificar	Si clasificamos nuestros clientes por zonas geográficas mejoramos el tiempo y el numero de visitas por día				X	
Organizar	Si organizamos el tiempo y las acciones a realizar diariamente mejoraremos notablemente nuestra productividad			X		
Limpiar	Limpiando el sitio de trabajo encontraremos un lugar cómodo y agradable para realizar nuestras funciones				X	
Estandarizar	Estandarizando nos libramos de listas de control cada vez mejoraremos y nos sentiremos satisfechos de nuestros procesos.			X		
Mantener	Manteniendo el proceso de las 5s tendremos un negocio agradable y apto para las actividades diarias					X

En la tabla anterior se puede analizar cómo se encuentra y maneja la empresaria su negocio desde el punto de vista de las 5S. La mayor puntuación esta en mantener ya que la empresaria siempre esta dispuesta a mejorar y a dejarse ayudar siguiendo las instrucciones dadas.

7.2 ENSALADAS DE VERDURAS

7.2.1 Datos generales de la empresa

Tabla 9. Información general Ensaladas de Verduras

Ensaladas de Verduras	
Razón social	Ensaladas de Verduras
Actividad económica	Elaboración y venta de Ensaladas de Verduras
Dirección comercial	Carrera 39D N°53 - 69
Barrio	Ciudad córdoba
Teléfono	316764 5239
Representante legal	María Fernanda Franco Angulo
Numero de empleados	Ninguno

7.2.2 Resumen breve de cómo inicio el negocio. La señora María Fernanda Franco, trabajaba como impulsadora y se quedo si empleo, una familiar del esposo tienen un negocio similar y la motivo a entrar en este negocio. En un principio no estaba interesada en el negocio pero se dio cuenta al pasar de los primeros meses que trabajando solo medio tiempo obtiene ingresos que se aproxima al salario mínimo legal.

7.2.3 Perfil del empresario María Fernanda Franco es una persona muy inteligente, positiva, proactiva con deseos de trabajar, muy recursiva y que tiene claro en que quiere trabajar.

Debido a la experiencia que tiene como impulsadora y en sus otras experiencias laborales la señora Franco tiene mucha facilidad para interactuar con las personas y en el caso del negocio esto se convierte en un excelente servicio al cliente.

7.2.4 Aspectos administrativos del negocio

7.2.4.1 Área administrativa y de personal

La empresa no cuenta con empleados, todas las actividades son realizadas por la empresaria. Desde la compra elaboración y posterior venta del producto.

7.2.4.2 Misión y visión de la empresa

- *Misió**n***

Ofrecemos un producto fresco y acorde a las necesidades gustos y preferencias de nuestros clientes..

- ***Visión***

Para diciembre del año 2009 ser una empresa sólida económicamente.

7.2.4.3 Control de las actividades de la empresa. El control de las actividades del negocio es realizado por la propietaria de la siguiente forma:

- Compras: la empresaria realiza las compras de materia prima un día a la semana, semanalmente gasta toda la materia prima que utiliza.

- Producción: la empresaria pica los productos y los prepara para su venta almacenándolos en su casa.

- controla: la empresaria mentalmente conoce las ventas diarias y semanales por eso siempre vende todo el producto ofrecido cada día

.

- Proceso de venta: la venta es realizada directamente por la señora María Fernanda, prestando siempre un excelente servicio al cliente.

7.2.4.4 Organigrama Ensalada de verduras no cuenta con un organigrama. Además la empresa esta conformada por una sola persona por lo que no se ve la necesidad de realizar esta actividad.

7.2.5 Diagnostico área legal

7.2.5.1 Estado legal de la empresa. La empresa no se encuentra legalmente constituida, la empresaria no tiene RUT, NIT, Cámara de Comercia. No se recomienda seguir el proceso ya que la empresaria manifiesta que quiere cerrar el negocio.

7.2.6 Diagnostico área de costos

Tabla 10 Diagnóstico del área de costos - Ensalada de Verduras

Acción	Si	No
Definir los costos y gastos administrativos		X
Definir y calcular los costos variables		X
Definir y calcular el margen de contribución		X
Definir y calcular la depreciación		X
Definir y calcular las obligaciones laborales		X
Definir y calcular el punto de equilibrio		X
Elaborar los inventarios de la empresa		X

En el anterior cuadro podemos observar que se le realizaron varias preguntas acerca del área de costo a la empresaria con la finalidad de definir que aplicaba en la empresa. La empresaria no maneja ningún control y ninguno de los anteriores ítems. En el desarrollo de la asesoría se explicara como manejar una contabilidad básica, así mismo se educara sobre el manejo de las cuentas diarias, las ventas, las compras, y los gastos.

Tabla11. Costos fijos y gastos administrativos – Ensaladas de Verduras

Fundación Carvajal
Abriéndole caminos a la equidad

FECHA 03-Mar-09

COSTOS FIJOS

SUELDOS FIJOS DE PRODUCCION	$ 0	0,0%
PRESTACIONES SOCIALES	$ 0	0,0%
APORTES PARAFISCALES	$ 0	0,0%
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	$ 0	0,0%
DEPRECIACION LOCALES	$ 0	0,0%
ARRENDAMIENTO	$ 30.000	5,9%
SERVICIOS PUBLICOS		0,0%
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS		0,0%
TRANSPORTE DE PRODUCCION		0,0%
TOTAL COSTOS FIJOS	$ 30.000	5,9%

GASTOS ADMINISTRATIVOS

SUELDOS DE ADMINISTRACION	$ 0	0,0%
PRESTACIONES SOCIALES	$ 0	0,0%
APORTES PARAFISCALES	$ 0	0,0%
SUELDO EMPRESARIO	$ 473.750	93,9%
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	$ 558	0,1%
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	$ 0	0,0%
DEPRECIACION VEHICULOS	$ 0	0,0%
TRANSPORTE ADMINISTRATIVO		0,0%
GASTOS DE PAPELERIA		0,0%
GASTOS DE PROPAGANDA		0,0%
MANTENIMIENTO VEHICULO		0,0%
ARRENDAMIENTO OFICINA O LOCAL		0,0%
SERVICIOS PUBLICOS OFICINA O LOCAL		0,0%
TELEFONO, INTERNET		0,0%
CELULAR		0,0%
GASTOS FINANCIEROS		0,0%
CAFETERIA		0,0%
ASEO		0,0%
IMPUESTOS		0,0%
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	$ 474.308	94,1%

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	$ 504.308

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

Como podemos observar en el anterior cuadro el costo mas corresponde al arrendamiento que se obtiene de multiplicar 30 días x $1000. y el gasto mas alto es el sueldo de la empresaria

Punto de equilibrio: $ 644.750

Conocido el margen de contribución, los costos y gastos fijos. El punto de equilibrio de la empresa es tener ventas mínimas mensuales en promedio de $644.750, lo cual le permite a la empresaria llevar un mejor control de los ingresos.

Tabla 12 Ganancias o pérdidas por costos – Ensaladas de Verduras

	%	ESTUDIO COSTOS	ESTADO DE GAN. O PERDIDAS	%
VENTAS PROMEDIO MES	100,0%	694.286	680.000	100,0%
COSTOS VARIABLES (-)	21,8%	151.230	148.600	21,9%
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	78,2%	543.055	531.400	78,1%
COSTOS FIJOS Y GASTOS ADM. (-)	72,6%	504.308	480.000	70,6%
UTILIDAD	5,6%	38.747	51.400	7,6%

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

En el anterior cuadro podemos observar que los costos variables es el rubro mas representativo con un 78% es el margen de contribución y el menos representativo es la utilidad con un 5,6%.

7.2.7 Diagnostico área contable y financiera.

Tabla 13 Conocimientos contables de la empresaria – Ensaladas de Verduras

Acción	Si	No
Llevar las cuentas de la empresa		X
Elaborar el balance general de la empresa		X
Elaborar los estados de resultados de la empresa		X
Calcular los índices financieros		X

En el momento no se lleva ningún tipo de registro contable no se tiene control sobre las compras, ventas. Tampoco se elaboran estados financieros sin embargo la empresaria argumenta que sabe las cuentas mentalmente.

Tabla 14. Balance General inicial - Ensaladas de Verduras

BALANCE GENERAL INICIAL

NOMBRE DE LA EMPR	ENSALADA DE VERDURAS				FECHA:	03-Mar-09			
ACTIVOS					PASIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES					**PASIVOS CORRIENTES**				
CAJA		$ 35.000		100%	SOBREGIROS BANCARIOS				
BANCOS				0%	OBLIGACIONES		$ 0		
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		$ 0		0%	PROVEEDORES		$ 0	0	
OTRAS CUENTAS POR COBRAR		$ 0		0%	ANTICIPOS RE		$ 0	0	
INVENTARIO MATERIA PRIMA		$ 0		0%	OTRAS OBLIG		$ 0		
INVENTARIO PRODUCTO EN PROCESO		$ 0		0%	PRESTACIONE		$ 0	0	
INVENTARIO PRODUCTO TERMINADO		$ 0		0%	IMPUESTOS POR PAGAR				
INVENTARIO DE MERCANCIA		$ 0							
OTROS (cadena)				0%					
				0%					
A. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		A	$ 35.000	34%	**D. TOTAL PASIVOS C**	E	$ 0	0	
ACTIVOS FIJOS					**PASIVOS A LARGO PLAZO**				
MAQUINARIA Y EQUIP	$ 0			0%	OBLIGACIONES BANCARIAS				
DEPRECIACION				0%	CUENTAS POR PAGAR				
VALOR NETO MAQUINARIA Y EQUIPO		$ 0		0%					
MUEBLES Y ENSERES	$ 67.000			100%	**E. TOTAL PASIVOS A**	F	$ 0		
DEPRECIACION				0%					
VALOR NETO MUEBLES Y ENSERES		$ 67.000		100%	**TOTAL PASIVOS**	E+F =G	$ 0	$ 0	
EQUIPO DE COMPUT	$ 0			0%					
DEPRECIACION				0%					
VALOR NETO EQUIPO DE COMPUTO		$ 0		0%					
VEHICULO	$ 0			0%					
DEPRECIACION				0%	**PATRIMONIO**				
VALOR NETO VEHICULOS		$ 0		0%					
CONSTRUCCIONES	$ 0			0%	CAPITAL				0%
DEPRECIACION				0%	UTILIDADES ACUMUL	$ 102.000			100%
VALOR NETO CONSTRUCCIONES		$ 0		0%	UTILIDADES DEL PERIODO				0%
TERRENOS				0%					
B.TOTAL ACTIVOS FIJOS	(1+2+3+4+5+6)	B	$ 67.000	66%	**TOTAL PATRIMONIO**	D - G =H	$ 102.000		100%
OTROS ACTIVOS									
PAGOS POR ANTICIPADO									
OTROS									
C.TOTAL OTROS ACTIVOS		C	$ 0	0%	**TOTAL PASIVO MAS PATRIMONI**	G + H = I	$ 102.000		100%
TOTAL ACTIVOS	A+B+C	=D	$ 102.000	100%					

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

El rubro mas importante en los activos esta en muebles y enseres por valor de $67.000 y en el patrimonio las utilidades acumuladas por valor de $102.000

Tabla 15. Análisis financiero – Ensaladas de Verduras

RAZON DE AUTONOMIA	100%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	6%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	38%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	38%
CAPITAL DE TRABAJO	$ 35.000

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

- Razón de Autonomía: 100% la empresa cuenta con capital para seguir en funcionamiento.

- Rentabilidad sobre Ventas: la empresa por cada $100 en ventas genera $6 de ganancia.

- Rentabilidad sobre Activos: la empresa por cada $100 del total de los activos que posee capitaliza $38

- Rentabilidad sobre Patrimonio: la empresa por cada $100 del total de su patrimonio produce $38

7.2.8 Diagnostico área de mercadeo.

7.2.8.1 Situación Inicial de la empresa. La empresa realizaba un trabajo de mercadeo basado en:

- Buena atención al cliente.
- Precios competitivos
- Producto enfocado al gusto de los clientes.

Se pudo observar que no existían

- Promociones
- Estrategias para incrementar las ventas

7.2.8.2 Características del mercado.

- Descripción de los clientes: los clientes son personas en su mayoría mujeres vecinos del barrio ciudad córdoba que preparan diariamente el almuerzo en su casa.

- Políticas de venta: la empresaria tiene como política no dar crédito.

- Políticas de servicio al cliente: los clientes son atendidos directamente por la empresaria con la finalidad de ofrecer siempre una buena atención.

- Análisis de la competencia: su principal competencia esta ubicada a 3 calles del negocio. Pero se analizo que en cuanto al servicio al cliente presentan grandes falencias.

- Promoción: no se manejan promociones

7.2.9 Diagnostico área de producción. La empresa no cuenta con área delimitada como de producción, los productos son preparados en la cocina de la vivienda de la empresaria. Se implemento las 5S para evaluar el área de producción de Ensaladas de verduras.

Tabla 16. Evaluación de Producción 5S – Ensaladas de Verduras

Proceso	Tareas	Clasificación Siendo 1 el mas bajo y 5 el mas alto				
		1	2	3	4	5
Clasificar	Clasificando los insumos que necesitamos mejoraremos el espacio en nuestra área de trabajo.			X		
Organizar	Si organizamos los artículos que necesitamos en el proceso será fácil ubicarlos y ponerlos en el lugar indicado.			X		
Limpiar	Limpiando el sitio de trabajo encontraremos un lugar cómodo y agradable para realizar nuestras funciones		X			
Estandarizar	Estandarizando nos libramos de listas de control cada vez mejoraremos y nos sentiremos satisfechos de nuestros procesos.			X		
Mantener	Manteniendo el proceso de las 5s tendremos un negocio agradable y apto para las actividades diarias			X		

En la tabla anterior se puede analizar cómo se encuentra y maneja la empresaria su negocio desde el punto de vista de las 5S. se le recomienda al empresario mejorar el aspecto de aseo principalmente.

8. PLANES DE MEJORAMIENTO ELABORADOS EN LAS ÁREAS CONTABLE, MERCADEO, LEGAL Y ADMINISTRATIVA DE LAS MICROEMPRESAS CREACIONES AZPIN Y ENSALADAS DE VERDURAS

Para poder determinar las estrategias más adecuadas para el crecimiento de las empresas fue necesaria la realización del estudio de costos que nos permitió obtener información acerca de los márgenes de contribución de los productos en la microempresa, crear los balances inicial y final así como el estado de ganancias y pérdidas. Se desarrollo la de la matriz DOFA; Finalmente se desarrollo un análisis en todas las áreas partiendo de las falencias detectadas el los diagnósticos iníciales.

A continuación veremos para cada una de las empresas, el plan de mejoramiento y que se logro en cada área.

8.1 CREACIONES AZPIN

8.1.1 Plan de mejoramiento área contable Creaciones AZPIN. Se calculo y explico los conceptos básicos de la contabilidad como lo son: margen de contribución, costos variables, depreciación, punto de equilibrio. Se desarrollaron el balance inicial y final, un estudio de costos, el estado de Ganancias y Pérdidas por ultimo se calcularon y explicaron los indicadores financieros.

8.1.1.1 Avances del plan de mejoramiento

- Se explico y practico el manejo de la plantilla diseñada por la Fundación Carvajal para el manejo contable.
- Se realizo el inventario de los activos fijos.
- Se obtuvo los márgenes de contribución de los productos ofrecidos.
- La empresaria registra diariamente los movimientos del negocio, como lo son compras ventas y gastos.
- Se realizo el balance general, estado de resultados, e indicadores financieros.

Tabla 17. Margen de contribución – Creaciones AZPIN

No	NOMBRE	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	COSTO VAR %	MARGEN CONTRIBUCION	MARGEN EN PORCENTAJE
1	CAMISAS DEPORTIVAS	$ 7.500	$ 1.930	26%	$ 5.570	74%
2	CAMISETA SIN ESTAMPADO	$ 7.700	$ 1.942	25%	$ 5.758	75%
3	ENTERIZO DEPORTIVO	$ 8.400	$ 1.830	22%	$ 6.570	78%
4	VESTIDO TALEGO	$ 8.000	$ 2.154	27%	$ 5.847	73%
5	CAMISETA CAPUCHA	$ 8.800	$ 1.978	22%	$ 6.823	78%
6	ENTERIZO TOMASITO	$ 7.900	$ 1.978	25%	$ 5.923	75%

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

En el anterior cuadro podemos observar que el margen de contribución de los productos de creaciones azpin en promedio es del 75%.

Tabla 18. Cruce estudio de costos Vs Estado de resultados – Creaciones AZPIN

	%	ESTUDIO COSTOS	ESTADO DE GAN. O PERDIDAS	%
VENTAS PROMEDIO MES	100,0%	1.047.625	1.004.000	100,0%
COSTOS VARIABLES (-)	24,6%	257.455	246.630	24,6%
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	75,4%	790.170	757.371	75,4%
COSTOS FIJOS Y GASTOS ADM. (-)	44,7%	468.000	445.000	44,3%
UTILIDAD	30,8%	322.170	312.371	31,1%

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

Realizado el análisis de costos podemos observar que las ventas promedio fueron $1´047.625 y al finalizar el periodo realizando el estado de resultados se observo que las ventar fueron de 1´004.000

Tabla 19. Análisis Financiero – Creaciones AZPIN

BALANCE INICIAL		
LIQUIDEZ CORRIENTE		
PRUEBA DE FUEGO		
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	30,3%	12,3%
RAZON DE AUTONOMIA	69,7%	87,7%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	30,8%	31,1%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	17,1%	14,8%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	24,6%	16,9%
ROTACION DE MATERIAS PRIMAS		18
ROTACION DE PRODUCTO TERMINADO		52

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

- Razón de Endeudamiento: la empresa debe el $12 por cada $100 de sus activos.

- Razón de Autonomía: 87,7% la empresa cuenta con capital para seguir en funcionamiento.

- Rentabilidad sobre Ventas: la empresa por cada $100 en ventas genera $31 de ganancia.

- Rentabilidad sobre Activos: la empresa por cada $100 del total de los activos que posee capitaliza $14,8

- Rentabilidad sobre Patrimonio: la empresa por cada $100 del total de su patrimonio produce $17

- Rotación de materias primas: la materia prima rota cada 18 días

- Rotación del producto terminado: el stock de producto terminado rota cada 52 días.

Tabla 20. Estado de resultados – Creaciones AZPIN

ESTADO DE GANANCIAS O PERDIDAS

EMPRESA		Creaciones AZPIN				
PERIODO DE		26-Mar	A	26-Abr-09		
VENTAS						
Ventas al Contado	$ 1.004.000		100%			
ventas a Crédito			0%			
TOTAL DE VENTAS					A	$ 1.004.000
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO						
Inv. Inicial de Materia Prima		$ 325.535				
Inv. Inicial de Producto en Proceso		$ 0				
Inv. Inicial de Producto Terminado		$ 351.794				
Inv. Inicial de Mercancías		$ 0				
TOTAL INVENTARIOS INICIALES		B	$ 677.329			
Compras de Materia Prima.						
	Contado	$ 155.000				
	Crédito					
Costos de Fabricación						
	Salarios y prestaciones			0%		
	Costos producción			0%		
TOTAL COSTOS DE FABRICACION		C	$ 155.000			
		B + C + D = E				
Inv. Final de Materia Prima		$ 108.550				
Inv. Final de Producto en Proceso		A - E = F				
Inv. Final de Producto Terminado		$ 477.150				
Inv. Final de Mercancías		$ 0				
TOTAL DE INVENTARIOS FINALES		D	$ 585.700			
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO					E	$ 246.630 25%
		F - G =				
UTILIDAD BRUTA					F	$ 757.371 75%
GASTOS DE ADMINISTRACION						
	Salarios de Adm.	$ 300.000		67%		
	Gastos Administración	$ 145.000		33%		
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION					G	$ 445.000 44%
UTILIDAD LIQUIDA					H	$ 312.371 31%

Costo Materia prima utilizada	$ 371.985
Costo variable en $	$ 246.630
Costo variable en %	24,56%
Margen de contribución en %	75,44%
Costo variable en los costos de fabricación	
Costo variable en los salarios de fabricación	
Costos fijos y gastos	$ 445.000
Dias del periodo	31

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

El 100% de las ventas y compras en este periodo fueron de contado, al final se obtuvo una utilidad liquida de $312.371

Tabla 21. Balance General Final – Creaciones AZPIN

Fundación Carvajal

BALANCE GENERAL FINAL

NOMBRE DE LA EMPRESA	Creaciones Azpin				FECHA:	26-Abr-09		
ACTIVOS					**PASIVOS**			
ACTIVOS CORRIENTES					**PASIVOS CORRIENTES**			
CAJA		$ 72.000		5%	SOBREGIROS BANCARIOS			
BANCOS				0%	OBLIGACIONES BANCARIAS	$ 0		
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		$ 729.000		53%	PROVEEDORES	$ 0	0	
OTRAS CUENTAS POR COBRAR		$ 0		0%	ANTICIPOS RECIBIDOS	$ 0	0	
INVENTARIO MATERIA PRIMA		$ 108.550		8%	OTRAS OBLIGACIONES	$ 0		
INVENTARIO PRODUCTO EN PROCESO		$ 0		0%	PRESTACIONES SOCIALES		0	
INVENTARIO PRODUCTO TERMINADO		$ 477.150		34%	IMPUESTOS POR PAGAR			
INVENTARIO DE MERCANCIAS		$ 0						
OTROS (cadena)				0%				
				0%				
A. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES			A	$ 1.386.700	66%	**D. TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	E	$ 0	0	0%
ACTIVOS FIJOS					**PASIVOS A LARGO PLAZO**			
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 650.000			90%	OBLIGACIONES BANCARIAS	$ 260.000		100%
DEPRECIACION				0%	CUENTAS POR PAGAR			0%
VALOR NETO MAQUINARIA Y EQUIPO		$ 650.000		90%				0%
MUEBLES Y ENSERES	$ 70.000			10%	**E. TOTAL PASIVOS A LARGO PL**	F	$ 260.000	100%
DEPRECIACION				0%				
VALOR NETO MUEBLES Y ENSERES		$ 70.000		10%	**TOTAL PASIVOS**	E+F =G	$ 260.000	$ 0
EQUIPO DE COMPUTO	$ 0			0%				
DEPRECIACION				0%				
VALOR NETO EQUIPO DE COMPUTO		$ 0		0%				
VEHICULO	$ 0			0%				
DEPRECIACION				0%	**PATRIMONIO**			
VALOR NETO VEHICULOS		$ 0		0%				
CONSTRUCCIONES	$ 0			0%	CAPITAL	$ 0		0%
DEPRECIACION				0%	UTILIDADES ACUMULADAS	$ 1.309.579		71%
VALOR NETO CONSTRUCCIONES		$ 0		0%	UTILIDADES DEL PERIODO	$ 312.371		17%
TERRENOS				0%				
B.TOTAL ACTIVOS FIJOS		(1+2+3+4+5)	B	$ 720.000	34%	**TOTAL PATRIMONIO**	D - G =H	$ 1.846.700	88%
OTROS ACTIVOS								
PAGOS POR ANTICIPADO								
OTROS								
C.TOTAL OTROS ACTIVOS			C	$ 0	0%	**TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO**	G + H = I	$ 2.106.700	100%
TOTAL ACTIVOS		A+B+C	=D	$ 2.106.700	100%				

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

La utilidad generada durante el periodo fue de 313.371en los activos el rubro mas importante son las cuentas por cobrar con un valor de 729.000 y una ponderación del 53%

8.1.2 Plan de mejoramiento área de mercadeo.

- Obtener nuevos clientes
- Diseñar estrategias de mercadeo para incrementar las ventas

8.1.2.1 Avances del plan de mejoramiento.

- Se realizo una investigación obteniendo como resultado de 129 clientes corporativos potenciales los cuales se tabularon en una hoja de Excel con nombre, dirección, teléfono y fecha de la llamada y visita.

- Se tabularon los clientes actuales con la finalidad de identificar la frecuencia de compra. Y poder tomar decisiones posteriores de relación con los clientes.

- Se realizo un análisis de la competencia obteniendo como resultado. Primero que los precios son mayores, entre 500 y 1000 pesos por prenda y en segunda medida que las telas de los productos de la competencia son más llamativas, estas telas se logro identificar que son compradas a un proveedor de Medellín. Por lo cual se pretende realizar una investigación por internet de nuevos proveedores.

- Se enseño a la empresaria como sacar los costos de un producto, para por medio de estos fijar precios y posteriormente establecer promociones, se están implementando estrategias promocionales con el objetivo de incrementar el número de unidades vendidas por visita a cada cliente por ejemplo docena de 14 etc.

- Se coloco implemento una promoción para salir de saldos de mercancías dando un precio especial de $5.000 por prenda

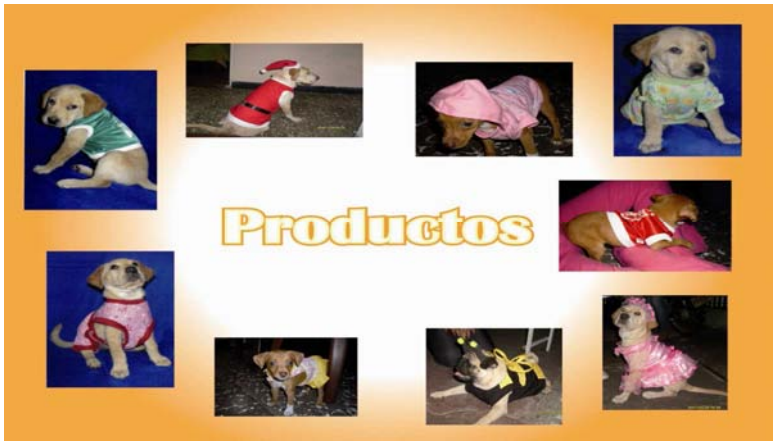
- Se esta estudiando la posibilidad de crear nuevas líneas de productos dentro de la misma categoría. Como lo son prendas en cuero, y prendas con bolsillos especiales para cargar pesas.

- Se recomendó la presencia en eventos de mascotas con la finalidad de dar a conocer la marca y aumentar las ventas al segmento de personas naturales.
- Durante el proceso de asesoría se realizo un cambio importante por parte de la empresaria en cuanto al manejo de marca del empaque y las tarjetas de presentación, se va a realizar un pendón para la presencia en eventos.

Fotografía 2. Evento - Creaciones AZPIN

Fotografía 3. Tarjetas de presentación - Creaciones AZPIN

Fotografía 4. Productos - Creaciones AZPIN



8.1.3 Plan de mejoramiento área Legal. La empresa solo posee el RUT no tiene cámara de comercio, NIT, industria y comercio.

8.1.3.1 Avances del plan de mejoramiento: En el aspecto legal se explico detalladamente los pasos y procedimientos para la legalización de la empresa, y los costos que estos tienen. Así mismo se explico que en un principio la empresa debe de registrarse en el régimen simplificado por los beneficios tributarios y las excepciones de impuestos que tiene este régimen. Cabe destacar que por la proyección de la empresa se aclaro que con el crecimiento en las ventas se debe registrar la marca.

8.1.4 Plan de mejoramiento área administrativa.

- Matriz DOFA.
- Crear la misión
- Crear la visión
- Asesorar sobre el área de personal.

8.1.4.1 Avances del plan de mejoramiento:

Tabla 22 Análisis DOFA – Creaciones AZPIN

DOFA Azpin	Debilidades 1. Manejo inadecuado de gastos, costos ingresos. 2. Falta de proveedores 3. Faltan vendedores para cubrir el mercado 4. Poca publicidad	Fortalezas 1. Servicio cliente 2. Motivación del personal 3. Estabilidad económica 4. Especialización de diseño
Oportunidades 1. Ampliación del mercado 2. Buen manejo de prestamos para ampliación del negocio 3. Nuevas líneas de negocio en la misma categoría	**DO1:** Realizar una investigación con el fin de obtener nuevos proveedores y así poder diseñar nuevas líneas para satisfacer y ampliar el mercado. (O1, O3,D2)	**FO1:** aprovechar el servicio al cliente y diseñar una capacitación de venta personalizada para ampliar el mercado (F1, O1) **FO2:** aprovechar el manejo de los prestamos y obtener los recursos de nueva línea pn. (F3, O2, O3)
Amenazas 1. Nuevos negocios en el mercado	DA1: Realizar una capacitación en el manejo de los gastos, para poder ser mas competitivos (D1, A1) DA2: contratar nuevos vendedores y utilizar publicidad como apoyo en las ventas. (D3,D4, A1)	FA1 : Designar tareas y ampliar el tiempo de Ventas para atender mas mercado diariamente. (F2, A1)

En la anterior tabla podemos observar los factores internos y externos de la empresa. Y como cruzándolo resultan estrategias, al empresario se le explico el diseño de esta matriz, cuales son las estrategias resultantes y la forma de implementarlas.

- Misión: En creaciones AZPIN satisfacemos las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo cada uno de nuestros productos con calidad, a la moda y aprecios competitivos.

- Visión: Para el año 2012 ser reconocidos como la marca líder en el mercado local en cuanto a vestuario para mascotas se refiere. Siempre satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con productos de calidad y moda.

- En relación al área de personal se asesoro sobre la afiliación a la EPS de la hija de la empresaria que en este momento se encuentra como beneficiaria, se explico como al culminar sus estudias o al cumplir los 25 años de edad tiene que pasar a ser cotizante.

8.2 ENSALADAS DE VERDURAS.

8.2.1 Plan de mejoramiento área contable Ensaladas de Verduras. Se calculo y explico los conceptos básicos de la contabilidad como lo son: margen de contribución, costos variables, depreciación, punto de equilibrio. Se desarrollaron el balance inicial y final, un estudio de costos, el estado de Ganancias y Pérdidas por ultimo se calcularon y explicaron los indicadores financieros.

8.2.1.1 Avances del plan de mejoramiento

- Se definió el salario del empresario

- Se realizo un costeo de lo productos.

- Se obtuvo los márgenes de contribución de los productos ofrecidos.

- Se enseño como llevar las cuentas diariamente.

- Se realizo el balance general, estado de resultados, e indicadores financieros.

Tabla 23. Margen de contribución – Ensaladas de Verduras.

Fundación Carvajal
Abriéndole caminos a la equidad

LISTADO DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA

No	NOMBRE	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	COSTO VAR %	MARGEN CONTRIBUCION	MARGEN EN PORCENTAJE
1	ENSALADAREMOLACHA Y ZANAHORIA	$ 1.000	$ 148	15%	$ 852	85%
2	ENSALADA MIXTA	$ 1.000	$ 275	28%	$ 725	73%

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

En el anterior cuadro podemos observar que el margen de contribución de los productos de la empresa Ensalada de Verduras en promedio es del 79%.

Tabla 24. Cruce estudio de costos Vs Estado de resultados – Ensalada de Verduras

Fundación Carvajal
Abriéndole caminos a la equidad

	%	ESTUDIO COSTOS	ESTADO DE GAN. O PERDIDA	-0,04820133 %
VENTAS PROMEDIO MES	100,0%	694.286	680.000	100,0%
COSTOS VARIABLES (-)	21,8%	151.230	148.600	21,9%
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	78,2%	543.055	531.400	78,1%
COSTOS FIJOS Y GASTOS ADM. (-)	72,6%	504.308	480.000	70,6%
UTILIDAD	5,6%	38.747	51.400	7,6%

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

Realizado el análisis de costos podemos observar que las ventas promedio fueron $694.286 y al finalizar el periodo realizando el estado de resultados se observo que las ventas fueron de $680.000

Tabla 25. Análisis Financiero – Ensaladas de verduras.

Fundación Carvajal
Abriéndole caminos a la equidad

RAZON DE AUTONOMIA	100%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	6%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	38%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	38%
CAPITAL DE TRABAJO	$ 35.000

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

- Razón de Autonomía: 100% la empresa cuenta con la totalidad de su capital para seguir en funcionamiento.

- Rentabilidad sobre Ventas: la empresa por cada $100 en ventas genera $6 de ganancia.

- Rentabilidad sobre Activos: la empresa por cada $100 del total de los activos que posee capitaliza $38

- Rentabilidad sobre Patrimonio: la empresa por cada $100 del total de su patrimonio produce $38

Tabla 26. Estado de resultados – Ensaladas de Verduras

Fundación Carvajal

Abriéndole caminos a la equidad

ESTADO DE GANANCIAS O PERDIDAS

EMPRESA	ENSALADAS DE VERDURAS					
PERIODO DE	03-Mar	A	03-Abr-09			
VENTAS						
Ventas al Contado	$ 680.000		100%			
ventas a Crédito			0%			
TOTAL DE VENTAS				A	$ 680.000	
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO						
Inv. Inicial de Materia Prima	$ 0					
Inv. Inicial de Producto en Proceso	$ 0					
Inv. Inicial de Producto Terminado	$ 0					
Inv. Inicial de Mercancías	$ 0					
TOTAL INVENTARIOS INICIALES		B	$ 0			
Compras de Materia Prima.						
Contado	$ 148.600					
Crédito						
Costos de Fabricación						
Salarios y prestaciones			0%			
Costos producción			0%			
TOTAL COSTOS DE FABRICACION		C	$ 148.600			
Inv. Final de Materia Prima	$ 0					
Inv. Final de Producto en Proceso	$ 0					
Inv. Final de Producto Terminado	$ 0					
Inv. Final de Mercancías	$ 0					
TOTAL DE INVENTARIOS FINALES		D	$ 0			
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO				E	$ 148.600	22%
UTILIDAD BRUTA				F	$ 531.400	78%
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Salarios de	$ 480.000		100%			
Gastos Administración			0%			
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION				G	$ 480.000	71%
UTILIDAD LIQUIDA				H	$ 51.400	8%

Costo Materia prima utilizada	$ 148.600
Costo variable en $	$ 148.600
Costo variable en %	21,85%
Margen de contribución en %	78,15%
Costo variable en los costos de fabricación	
Costo variable en los salarios de fabricación	
Costos fijos y gastos	$ 480.000
Dias del periodo	31

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

El 100% de las ventas y compras en este periodo fueron de contado, al final se obtuvo una utilidad liquida de $51.400

Tabla 27. Balance General Final – Ensaladas de Verduras

BALANCE GENERAL FINAL

NOMBRE DE LA EMPRESA		ENSALADAS DE VERDURAS				FECHA:	03-Abr-09		
ACTIVOS					PASIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES					**PASIVOS CORRIENTES**				
CAJA		$ 28.000		100%	SOBREGIROS BANCARIOS				
BANCOS				0%	OBLIGACIONES BANCARIAS	$ 0			
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES		$ 0		0%	PROVEEDORES	$ 0		0	
OTRAS CUENTAS POR COBRAR		$ 0		0%	ANTICIPOS RECIBIDOS	$ 0		0	
INVENTARIO MATERIA PRIMA		$ 0		0%	OTRAS OBLIGACIONES	$ 0			
INVENTARIO PRODUCTO EN PROCESO		$ 0		0%	PRESTACIONES SOCIALES			0	
INVENTARIO PRODUCTO TERMINADO		$ 0		0%	IMPUESTOS POR PAGAR				
INVENTARIO DE MERCANCIAS		$ 0							
OTROS (cadena)				0%					
				0%					
A. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES			A	$ 28.000	29%	**D. TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	E	$ 0	0
ACTIVOS FIJOS						**PASIVOS A LARGO PLAZO**			
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 0				0%	OBLIGACIONES BANCARIAS			
DEPRECIACION					0%	CUENTAS POR PAGAR			
VALOR NETO MAQUINARIA Y EQUIPO		$ 0			0%				
MUEBLES Y ENSERES	$ 67.000				100%	**E. TOTAL PASIVOS A LARGO PL**	F	$ 0	
DEPRECIACION					0%				
VALOR NETO MUEBLES Y ENSERES		$ 67.000			100%	**TOTAL PASIVOS**	E+F =G	$ 0	$ 0
EQUIPO DE COMPUTO	$ 0				0%				
DEPRECIACION					0%				
VALOR NETO EQUIPO DE COMPUTO		$ 0			0%				
VEHICULO	$ 0				0%				
DEPRECIACION					0%	**PATRIMONIO**			
VALOR NETO VEHICULOS		$ 0			0%				
CONSTRUCCIONES	$ 0				0%	CAPITAL	$ 0		0%
DEPRECIACION					0%	UTILIDADES ACUMULADAS	$ 102.000	**Error en la contabilidad**	107%
VALOR NETO CONSTRUCCIONES		$ 0			0%	UTILIDADES DEL PERIODO	$ 51.400		54%
TERRENOS					0%				
B.TOTAL ACTIVOS FIJOS		(1+2+3+4+5)	B	$ 67.000	71%	**TOTAL PATRIMONIO**	D - G =H	$ 95.000	100%
OTROS ACTIVOS									
PAGOS POR ANTICIPADO									
OTROS									
C.TOTAL OTROS ACTIVOS			C	$ 0	0%	**TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO**	G + H = I	$ 95.000	100%
TOTAL ACTIVOS		A+B+C	=D	$ 95.000	100%				

Fuente: HINCAPIE, Octavio, Diplomado formación de asesores, Fundación Carvajal, Santiago de Cali, 2009. 1 archivo de computador.

La utilidad generada durante el periodo fue de 95.000 en los activos el rubro mas importante se encuentra en muebles y enseres por un valor de 67.000.

8.2.2 Plan de mejoramiento área de mercadeo.

- La empresaria quiere cambiar de negocio por una miscelánea por lo que solo se realizaran estrategias para incrementar las ventas y así poder lograr capitalizar para crear una nueva empresa.

8.2.2.1 Avances del plan de mejoramiento.

- Se diseñaron estrategias promocionales para incrementar las ventas los días lunes y sábados ya que son los días de ventas mas bajas.
- Se están implementando nuevos productos: arroz con leche, brevas, gelatina con leche condensada y postres. Con la finalidad de incrementar las ventas los días domingos y feriados por ejemplo el día de la madre se vendió arroz con leche.

- Se realizo una base de datos con los clientes actuales con la finalidad de seguir con ellos en el nuevo negocio que se piensa abrir.

- Se explicaron diferentes formas de financiación para un negocio nuevo.

8.2.3 Plan de mejoramiento área Legal. La empresa no tiene ningún tipo de documentación en la parte legal.

8.2.3.1 Avances del plan de mejoramiento: En el aspecto legal se explico detalladamente los pasos y procedimientos para la constitución de una empresa ya que la empresaria quiere iniciar con in negocio totalmente diferente. Así mismo se explico que en un principio la empresa debe de registrarse en el régimen simplificado por los beneficios tributarios y las excepciones de impuestos que tiene este régimen.

8.1.4 Plan de mejoramiento área administrativa.

- Matriz DOFA.
- Crear la misión
- Crear la visión

8.1.4.1 Avances del plan de mejoramiento:

Tabla 28. Análisis DOFA – Ensaladas de Verduras

DOFA Ensaladas de verduras	***Debilidades*** 1. Motivación ausente 2. Falta de visión 3. Mercado muy delimitado. 4. Mal manejo de cuentas.	***Fortalezas*** 1. Servicio cliente 2. Conocimiento del cliente
Oportunidades 1. Facilidad para diversificar el producto 2. Nuevas líneas de negocio en otra categoría 3. Ampliar las compras percápita.	**DO1:** Realizar una capacitación mas profunda sobre el manejo que se le debe dar a las cuentas. (d4,) **DO2:** investigar que otro tipo de ensaladas y productos necesitan los consumidores, cuanto están dispuestos y pueden pagar. (o1, o2)	**FO1:** aprovechar el servicio al cliente para realizar promociones y así aumentar las ventas en los días de regulares (F1, F3, O3)
Amenazas 1. Nuevos negocios en el mercado 2. Competidores mas motivados	DA1: diseñar un modelo basico de fidelizacion de los clientes actuales (D3, A1)	FA1 : recaudar una base de datos que permita continuar con estos clientes en el momento de iniciar un nuevo negocio. (F1, F2, A1, A2)

En la anterior tabla podemos observar los factores internos y externos de la empresa. Y como cruzándolo resultan estrategias, al empresario se le explico el diseño de esta matriz, cuales son las estrategias resultantes y la forma de implementarlas.

- **Misión**: Ofrecemos un producto fresco y acorde a las necesidades gustos y preferencias de nuestros clientes.

- **Visión**: Para finales del año 2009 ser una empresa sólida económicamente

9. CONCLUSIONES

Se puede concluir que es muy gratificante la experiencia obtenida al brindar este tipo de asesoría ya que no solo se esta ayudando a una empresa o persona que lo necesitas, por el contrario se esta colaborando con toda la comunidad. cabe destacar que con el desarrollo de estas empresas se lograra un desarrollo social positivo con la generación de futuros empleos.

Otro aspecto importante a mencionar es que con este tipo de pasantía se pueden complementar el conocimiento empírico con el académico y la son muchos los conocimientos que tiene el empresario los cuales esta dispuesto a compartir con el practicante.

Igualmente, el convenio entre la Fundación Carvajal y la Universidad Autónoma de Occidente, facilitó la formación de estudiantes asesores, para enfrentarse a una realidad social.

Cabe destacar la activa participación y entusiasmo de los microempresarios en el proceso de asesoría. Es muy gratificante observar su compromiso para con el mismo y su interés por seguir capacitándose en aras de mejorar sus negocios y calidad de vida para sí mismos y para sus familias.

10. RECOMENDACIONES

Se sugiere a la Fundación Carvajal y la Universidad Autónoma de Occidente realizar alianzas con otras instituciones educativas y la empresa privada en general, para ampliar la cobertura en las áreas productivas, publicitarias entre otras.

Así mismo, que en estos programas de asesoría participen estudiantes de todas las carreras, pues los microempresarios no requieren únicamente formación empresarial; además, pueden beneficiarse de talleres y asesorías en otras áreas que les ayuden a crecer no sólo como empresarios sino también a nivel personal y familiar.

Sele sugiere a la fundación Carvajal en el caso de los empresarios del convenio que tienen con FASE realizar un filtro para ver quienes están verdaderamente en realizar todo el proceso esto con la finalidad de disminuir la deserción de los empresarios.

A los asesores de la universidad se les recomienda realizar una profunda capacitación de la plantilla que diseñada por la fundación Carvajal para el manejo contable.

11. BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. 3 Ed. México. McGraw Hill, 2001.

BERMEJO Manuel y RUBIO Isabel. La creación de la empresa propia. Barcelona: McGraw Hill, 1994.

CÁMARA DE COMERCIO DE CALI. Guía para constituir una empresa en Cali. 2000

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de recursos humanos. México: Limusa, 1983.

GITMAN, Lawrence J. y McDANIEL, Carl. El mundo de los negocios. México: Harla, 1992.

HERNÁNDEZ, Roberto; et. al. Metodología de la investigación. México: McGraw Hill, 1997.

MÉNDEZ, Carlos E. Metodología. Madrid: McGraw Hill, 1999.

MORA, Guillermo. Valores humanos y actitudes positivas. Bogotá, 1995.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. El proyecto de investigación. 3 Ed. México: Limusa, 1999.

TAPIAS, Carlos Guillermo. La gran tienda del barrio. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas. Centro de Investigación.

VARELA, Rodrigo. Evaluación económica de inversión. 6 Ed. Barcelona: Grupo Iberoamérica, 1997.

--------. Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas. 2 Ed. México: Prentice Hall, 2001.